

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari 1) Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen; 2) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen; 3) Digital Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan 150 sampel dengan metode kuantitatif dan menyebar kuesioner kepada konsumen McDonald's di Karang Tengah yang kemudian datanya diolah menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS) pada aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil daripada penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara Digital Marketing tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing whether there is an effect of 1) Product Quality on Customer Satisfaction; 2) Service Quality on Customer Satisfaction; 3) Digital Marketing on Customer Satisfaction during the Covid-19 pandemic. This study used 150 samples with quantitative methods and distributed questionnaires to McDonald's consumers in Karang Tengah, which then processed the data using the Partial Least Square (PLS) analysis tool on the SmartPLS 3.0 application. The results of this study state that Product Quality and Service Quality significantly influence Customer Satisfaction. Meanwhile Digital Marketing does not have a positive effect on Customer Satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Digital Marketing, Customer Satisfaction

